

# La virtualización de la economía. La compra de comida por Internet: el consumo, el dinero y el trabajo como acontecimiento.

Oscar Campos, Víctor Hernández, Marcos Moreno, Ángela Morillo, Amalia Valderrama.

Universidad Autónoma de Barcelona

[marcosmo77@yahoo.com.mx](mailto:marcosmo77@yahoo.com.mx)

## Resumen

Partiendo de un concepto de virtualización de la economía, donde las prácticas económicas se definen como procesos de desterritorialización y asumiendo que las TICs posibilitan nuevas formas de socialidad, en el presente trabajo se explora una práctica que nos habla de la economía como acontecimiento: La adquisición de comida, a través de Internet.

La compra de comida es una práctica singularmente afectiva<sup>1</sup>, que ha expresado a lo largo de la historia diversas formas de socialidad (la compra en el mercado tradicional difiere de la compra en el supermercado). En el presente trabajo exploramos una nueva forma de compra de alimentos, la compra por Internet y analizamos en ella el acontecer económico a partir de tres ejes: el consumo, el dinero y el trabajo.

Palabras clave: Virtualización, Economía, Internet, Comida, Afectividad, Consumo, Dinero, Trabajo.

## Abstract

*Starting from an economy virtualization concept, where economic practices are defined as de-territorialization processes, and assuming that ICTs (information and communication technologies) make possible new ways for sociality, this paper explores a practice that draws economy as a happening. The acquisition of food through the Internet.*

*Food purchasing is a singularly affective practice<sup>2</sup>, which through history has shown different forms of sociality (traditional market purchasing differs from supermarket purchasing). In this paper we explore a new way of buying food, Internet purchasing, analyzing in it the economic happening through three axis: consumption, money and work.*

Keywords: Virtualization, Economy, Internet, Food Purchasing, Affectivity, Consumption, Money, Work.

## Introducción

Desde la relación existente entre ciencia, tecnología y sociedad, la compra de comida por Internet constituye un acontecimiento en el que se materializa, se incorpora y se hace clara la relación entre las TICs, el poder y la producción de subjetividad a través de los afectos.

<sup>1</sup> Pone en juego creencias, hábitos y lo hace de una manera intensa porque se orienta a un fin que implica tanto el deseo como la necesidad o el autocuidado

<sup>2</sup> Believes and habits are played in this practice. This practice is very intense because is oriented to a goal that implies the desire – wanting – as need and selfcare.

Como práctica cultural, la comida conlleva una importante carga afectiva en la subjetividad. Cuestiones como la identidad, el cariño, el cuidado, las relaciones familiares, las celebraciones y rituales han girado históricamente alrededor de la comida como forma de socialización.

Hay una separación, una distancia, entre el arduo esfuerzo para arrancarle la comida a la naturaleza, por un lado, y la experiencia de tomar esa comida cuando la tenemos en la mesa, por el otro. Es una distancia que siempre ha existido porque ambas situaciones acompañan la historia de la humanidad. Las formas de producción y comercialización acompañan la vida social desde el fondo de los tiempos y la comida en la mesa representa la vida misma, es decir la subsistencia cotidiana y la relación afectiva con los demás. Pero esa separación marca toda la estructura y dinámica de la vida social, es decir la manera como la sociedad se objetiva y subjetiva en formas de funcionamiento que se han complejizado de manera insólita. Decimos insólita desde el punto de vista de la historia, porque hubo épocas en que era impensable que la comida pudiera tener una diversidad y accesibilidad como la que parecen representar los supermercados modernos: Se puede comer light, tradicional o internacional, congelado, sano, fresco, enlatado o instantáneo, nacional, importado o con calidad de exportación, orgánico, inorgánico, kosher, sostenible, de comercio justo o chatarra. Lo único que parece limitar la elección de alimentos en las ciudades “globalizadas” es la posibilidad económica y la preferencia personal.

Hubo épocas en las cuales para conseguir y comerse un mango había que viajar a la India, o vivir allí; en cambio los supermercados hacen accesible toda esa comida y tienen como condición una cierta forma de estructuración de sociedad: la sociedad de la información y del consumo, como hoy se suele decir, pero también la sociedad de las condiciones de enorme desigualdad social.

Pareciera ser que la “libre” competencia del mercado mundial, genera abundancia de alimentos por un lado y precarización de las poblaciones por otro. Se ofrecen cada vez más productos y se dan facilidades para comprarlos, al tiempo que se debilitan y decrecen las garantías y las condiciones laborales.

Pero ésta separación también entre el esfuerzo para obtenerla y la experiencia de tenerla, parece estar en otro lugar, dicho esto con todo cuidado, es decir que se trata de una separación “subjetiva” en tanto se trata de una vivencia absolutamente concreta e intensamente emocional: cuando comemos solemos estar separados de todo aquel esfuerzo o trabajo exigido para obtener la comida y que es una fatiga que tiene la forma que tenga la sociedad: en el caso occidental y posmoderno tiene la forma de la rapidez y de la incertidumbre de una sociedad de competencias laborales y libre mercado. Ahora bien, estamos hablando de una distancia que está allí de modo tan definido que tiene la invisibilidad de la vida rutinaria (Berger y Luckmann, 1968), es decir que tiene las características de la vida práctica, esto es, la esfera de las prácticas cotidianas donde economía y sociedad forman una unidad.

La distancia o separación que señalamos, sin embargo, no es más que una situación concreta que refleja una expresión de “la realidad”, es decir se trata de la actualización de un proceso virtual en el sentido que este seminario ha planteado, siguiendo a Pierre Lévy: lo virtual se caracteriza por ser un proceso creativo, gracias a la desterritorialización y generación de nuevas formas de gestionar el tiempo, el espacio, la acción y las relaciones cara a cara (Lévy, 1999). Intentaremos situar esa distinción en el campo de la virtualización de la economía y trataremos de comprender su pertinencia.

## La virtualidad en la economía y la vida común

En su epílogo, Lévy dice “la virtualización es la propia dinámica del mundo común, aquello por lo que compartimos una realidad” (p. 132). aquí nos interesa precisamente ubicar la mirada en el mundo común, el espacio donde la gente deja de mirar con extrañeza y aprende a caminar con relativa tranquilidad, en el ámbito donde su vida no se sacude ni se inquieta, sino que deviene en una forma de habitar la sociedad. La economía remite al hecho mismo de habitar el espacio y desplegar la vida como algo posible, sostenido y grato. Es decir, que la economía se relaciona con el hecho mismo de la vida humana en el nudo de sus significaciones. Llama la atención que la economía sea siempre un referente distante y al mismo tiempo proximal: en el hecho de la macroeconomía y en las inquietudes de la economía cotidiana.

Posiblemente la economía sea un ámbito privilegiado porque se constituye a partir de un límite, de un contorno, que es el intercambio, el vínculo mismo, quizá entonces debemos pensar lo económico como la dimensión más intensa de la vida social y por ello un campo privilegiado para indagar sobre las formas de la afectividad. La economía es, por otro lado, un cruce entre lo presente materialmente y lo presente de una manera posible, implica ese anhelo por lo que “todavía no se tiene”, por algo que anhelamos y queremos tener, sea porque lo consideramos necesario o porque lo deseamos. Allí se representa entonces el carácter del acontecimiento: lo que existe no es lo que está presente, sino lo que deviene (Whitehead), lo que puede acaecer o puede venir a la existencia.

## Los hilos de la economía

---

La economía se constituye por complejos procesos de producción, consumo, movimientos fluctuantes de mercados financieros, mutación de las formas de trabajo y transformación en las formas de control sobre las acciones sociales.

Dentro de la pluralidad de abordajes que nos interesan<sup>3</sup>, nos parece necesario establecer como líneas que dibujan el perfil de la virtualización de la economía: el dinero, el trabajo y el consumo.

### Dinero

El dinero constituye el medio material - inmaterial que posibilita los procesos de consumo y trabajo en la vida cotidiana. Lévy nos recuerda que la moneda es un objeto virtual que se caracteriza por ser un objeto igual para todos y a la vez diferente para cada cual, por marcar las relaciones entre los individuos, circular entre ellos, y encontrarse alternativa y simultáneamente en manos de todos. Es por ello que cada uno le imprime su acción, cada uno aporta su contribución, la moneda lleva el todo hacia el individuo e introduce al individuo en el todo, es exterior al grupo, no forma parte de él como un miembro más, es un objeto (1999, p. 116).

La moneda es la base de las finanzas, que son una virtualización de la economía. En cuanto objeto que sostiene lo virtual, deslocaliza el trabajo, las transacciones comerciales, el consumo, éstos ya no

---

<sup>3</sup> Tres líneas teóricas son el contexto donde nos movemos: la conceptualización de Negri sobre el trabajo material, inmaterial y la biopolítica; el abordaje de la globalización económica a partir de sus efectos en la cultura cotidiana, que la configuran como sociedad de consumo (Bauman) o sociedad del riesgo (Beck); finalmente, son interesantes los abordajes que consideran que la sociedad actual implica formas de relación donde la materialidad de ciertos objetos es también una forma inédita de socialidad (Serres, Knorr – Cetina, Law).

operan en las mismas unidades espacio-temporales que antes. Ya no hace falta el cara a cara entre jefe-trabajador, productor-consumidor.

El poder del dinero es también una expresión de algo que “no está”, que es como “una promesa” o “una garantía” y tiene un potencial muy significativo en la vida cotidiana, porque hace posible la participación en las condiciones sociales que dan satisfacción y sentido. Estos dos aspectos del dinero, su constante flujo y su potencial de otorgar poder, expresan dos dimensiones que están siempre presentes. Por un lado el dinero es sólo una expresión de lo posible, es decir de aquello que no genera ningún cambio, sino que es la repetición de lo mismo (lo posible que está latente dentro de unas condiciones ya dadas. No se puede hacer nada más allá de las condiciones económicas definidas). Por otro lado, el dinero tiene esa dimensión de lo virtual en tanto puede generar soluciones, aún cuando no existan por ahora.

## **Trabajo**

Desde Marx sabemos que el dinero es la expresión más concreta, el fetiche, de la explotación de la vida del trabajador. El sistema de producción capitalista genera una plusvalía gracias a la posibilidad de apropiarse de la vida, del esfuerzo vital, que se “deposita” en un proceso de producción que, desde el principio, está inscrito en un proceso mercantil de generación de riqueza, dispuesto para alimentarse de esa vida “cosificada”. Las formas de producción en el sistema posfordista se han modificado sustancialmente, de manera que el trabajo “inmaterial” representa una dimensión muy importante en la gestión del proceso de producción, control y consumo, al punto que la producción deja de localizarse en un espacio reducido (la fábrica). Ahora se generaliza al espacio global o a espacios localizados pero que tienen un carácter de inserción global: la ciudad global. Es el trabajo mismo lo que entra a una dinámica que parece tener otras cualidades, en tanto sufre mutaciones que lo encaminan a fragmentarse en un proceso de producción segmentado, cuya articulación puede darse a la distancia gracias a las TIC's. También pierde su configuración de modo de vida y se transforma violentamente en una condición cambiante que tiene efectos de precariedad y exclusión de la vida social. La precariedad laboral está presente en las poblaciones del centro y de la periferia; si bien los grados de variación es lo que genera las dinámicas de migración y las posibilidades de tener mano de obra barata. Pero algo muy importante es que el trabajo siempre ocurre en relaciones de espejo con respecto a los demás. Esto es claramente evidente en la situación actual del trabajo concebido como “mercado de competencias” y donde se genera un proceso lleno de tensiones y que se estructura dentro de un proceso de autodisciplinamiento muy preciso, lo que se conceptualiza como biopoder.

## **Consumo**

En nuestra sociedad actual no podemos escapar al consumo: comemos, habitamos, nos vestimos, nos divertimos, en función de aquello que se produce y luego se nos ofrece para que podamos satisfacer las necesidades que tenemos o vamos creando. Lejos ha quedado la sociedad artesanal en donde los individuos tenían el control de los medios de producción. Ahora consumir es una obligación dado que los productos necesarios para la supervivencia se han convertido en bienes de consumo y primordialmente se consiguen comprándolos.

En este contexto, trabajar se ha vuelto obligatorio dado que el consumo se hace según el nivel adquisitivo de las personas. Y este trabajo, como consecuencia de las dinámicas de la globalización,

está cada vez más marcado por la flexibilización del mercado laboral, en donde el trabajador se ve obligado a aceptar cierta movilidad que le impide mantener vínculos sociales estables que le permitan satisfacer las necesidades a través de la ayuda y la colaboración mutua. Esto termina contribuyendo al consumo (J. Feliu, 2004). Como vemos es como un pez que se muerde la cola, a más consumo, más dinero y a más dinero mas trabajo, que a su vez contribuye al consumo...

El consumo aparece entonces, como el eje que guía todo el proceso económico. Pero es también la dimensión donde cada uno parece tener un papel más protagónico, en tanto el consumo se orienta a la colectividad pero se manifiesta como una especie de mensaje individualizado. Es decir, que el consumo tiene una orientación hacia la subjetividad individual. El consumo está cada vez más ligado a la construcción de identidad y a la elección de un determinado estilo de vida. En ese sentido, cuando consumimos y podemos escoger dentro de una gran gama de opciones, por ejemplo múltiples tipos de yogur, podemos optar por aquella más acorde a nuestros gustos, a nuestra identidad.

De igual manera, podemos escoger la forma de comprar y esa decisión también formará parte de nuestra identidad y ayudará a consolidar cierto estilo de vida. Por ejemplo, puedo decidir comprar en una gran superficie o en un centro comercial en donde además de comprar paso el tiempo libre, divierto a mis hijos y me rodeo de "gente importante" o puedo decidir comprar en el mercado tradicional y establecer una relación cara a cara con el vendedor, o puedo comprar por Internet y no tener que moverme de casa, ni tener que ver a nadie.

El consumo como hilo fundamental de la vida económica es, en sí mismo, un hilo que se puede analizar en diversas maneras. O sea, es heterogéneo y remite no sólo a la dinámica de producción como algo supeditado (o aunado) al consumo, sino que revela también las formas de control a partir de dispositivos ligados a formas de subjetividad individual. En otras palabras, el consumo se configura como un proceso de apropiación y control de deseos y emociones.

## Hallazgos, inquietudes, extrañamientos en la comprensión de una práctica

¿Por qué comida por Internet? Porque es una práctica en la cual se unen la globalidad financiera y el uso de las TIC's, con aquello que es lo más básico para la vida ordinaria, es decir la adquisición de comida. Es una práctica que se concreta desde muchos escenarios: la producción que genera esa comida, el consumo de la misma, su comercialización. Es una práctica que actualiza localmente toda la globalidad laboral, de consumo y financiera.

Oigamos, pues, el testimonio de una experiencia, de unas prácticas de lo económico, que muestran la practicidad, la rapidez y la comodidad, es decir unos procedimientos que son pues tecnologías orientadas a la adquisición de comida.

La practicidad, lo rutinario, lo mecánico en las sociedades es el punto de partida para la sociabilidad. Nos permite no pensar, no cuestionar nuestras prácticas cotidianas. Por ejemplo, ir a comprar se convierte en una práctica que no se problematiza. Se compra lo que se necesita, allí parece no existir el deseo, el poder, ni la afectividad. La compra rutinaria/ práctica de comida y la vivencia que tenemos de "bien necesario" permite ocultarnos las contradicciones de esta sociedad globalizada con respecto al consumo de comida: *"Vivimos en un mundo que al lado del otro está de puta madre. Y todo este de puta madre es porque estás explotando los recursos de los otros. Si? Pero esta reflexión*

*no me la hago cuando voy a comprar porque voy a comprar y ya está. Me la puedo hacer cada día y por millones de cosas, no sólo porque voy a comprar”.*

Comprar por Internet hace esta práctica económica más rutinaria. Hace más palpable, más evidente, la separación entre los esfuerzos necesarios para obtener la comida y la experiencia de tenerla en casa: *“Internet es muy fácil de... comprar ¿no?, es muy rápido”, “o sea, tengo una nota en la nevera y cada vez que falta algo lo voy apuntando, droguería pam pam, pues productos de alimentación general, que falta arroz, que falta harina, y lo voy poniendo, entonces lo que hago es esto: entrar directamente a limpieza, lo voy poniendo, no lo hago por... no pongo listas, no lo escribo, entro directamente en el apartado.... normalmente lo hago desde el trabajo, se que no va muy bien decirlo, pero lo hago desde el trabajo”.*

Es que en la vida de cada día la comodidad no deja de movernos a nuevas situaciones, a prácticas que sean cómodas: *“...y para acá es mucho más cómodo traer en grandes cantidades, porque si ya pagas ese importe, te conviene que sea bastante, ¿no? Entonces, compramos mucha cantidad ¿no?..”*

Si quisieras comprender por qué la comodidad es un alivio, nada mas carga toda la comida que necesitas hasta tu casa, la llevas, la subes, la acarreas y cuando la dejas en el suelo o en tu despensa, te sientes aliviada, y entonces te puedes imaginar la comodidad como otra forma de gastar el tiempo u otra manera de vivir: *“el tiempo es importantísimo, claro, el tiempo, pero sobre todo para nosotros, el peso. No hay que subirlo”.*

Y puestos a acomodarnos, pues también la distancia se virtualiza, que es una manera como llamamos a esa experiencia de control, de privilegio, que hace venir lo distante, como un conjuro que nulifica la separación: *“vi que era muchísimo más fácil, al menos para mí..., era más fácil comprar [on line], ... en el mismo lugar, entonces bueno, cuando descubrí eso, dije ¡ay perfecto!, ¡me encanta!”*

Como práctica económica virtual, comprar comida por Internet permite alejarse del consumismo al que invitan las grandes superficies. Se rechaza o ironiza la compra en el supermercado, como exponente máximo de la sociedad de consumo: *“no a mi no me gusta nada, nada, las grandes superficies del Corte Inglés y esto, a mi no me gustan”. “Yo entiendo que la gente, el sábado por la tarde se va, o cuando sea, se va a hacer la compra, con el coche, se lleva carro, se está cuatro horas allá con los críos, o con el perro, no sé, no sé cuanto, esto no lo entiendo”.*

Por el contrario, se idealiza la práctica económica de los mercados tradicionales y las relaciones humanas que conlleva: *“a mi me gusta mucho ir al mercado, mucho. O sea que claro, yo al mercado me gustaba ir para comprar los alimentos frescos, y lo volvería a hacer, seguramente, no, seguramente no, seguro, cuando en abril vuelvan a abrir el mercado de a lado de mi casa, entonces sí que seguramente dejaré de comprar alimento fresco [por Internet], porque me gusta ir al mercado, y eso que dices, oye, me gusta el ambientillo, ver que la gente que grita, cuando está por allá y tal, y sí... es precioso ir al mercado, es precioso ir al mercado, si, si, si... el mercado, estoy de acuerdo, el mercado no se sustituye por...”*

Parece que el mercado tradicional permanece en la memoria como algo grato, confiable, entrañable. Es que la gente sigue siendo gente que quiere tratar a la gente, es decir, que no todo se lo lleva la corriente de lo pragmático: *“pero en el tema de la verdura y la fruta, que nos parece importante seleccionar, bajamos a la Boquería... porque allá tenemos quien nos vende, quien ya nos conoce, que ya nos pone las frutas de una cierta forma, las verduras de otra... es algo como interesante, que*

eso es algo que no hemos logrado cambiar, porque también por una cuestión de relación, ¿no? las vendedoras ya son nuestras amigas, ellas saben de nuestra vida, nosotros de las de ellas y entonces eso nos hace también que en eso no hayamos podido cambiar”. “escogemos muchas veces, más el lugar donde nos sentimos bien tratados, más que el lugar en donde es más barato, por ejemplo, en el mercado sí ha sido así”. “Sin embargo la experiencia de ir a un mercado como voy yo que voy a la Boquería por ejemplo pues sí porque tienes allí una conversación y hablas, no sé, todavía es muy común que digas, no sé, estas cerezas están buenas pues te dejen probarlas o te digan pues pruébalas y eso jamás se va a producir en Internet, esa parte más de interacción y de disfrute tal como entiendo yo la compra en Internet no se da, pero es muy práctico, es muy práctico”.

Es que en la practicidad ya no tienes que pensar determinadas cosas, algo se invisibiliza, porque las relaciones de poder, con todas sus asimetrías, con las tensiones que implica, dejan de estar presentes y ahora todo se reduce a una operación: “no pienso nada, o sea, no se si te refieres al hecho de que también tengan registrado la actitud de compra, tu manera de comprar no se qué... pues claro, pueden saber cosas de la gente, ¿no?, claro, a mi no me importa”. “ah, me importa un pepino, digamos, que se enteren de eso, que o bien les va bien para su negocio o a lo mejor entran en mi intimidad, pero la intimidad del consumo, la verdad, prrrr”. Es que la indiferencia hacia el control que ejerce el poder, es también la expresión de un cierto poder, el poder de ser indiferente, que por cierto tiene la forma del individualismo: “el poder y el control, y tal, apuntan para hacer dinero, y para ser más poderosos, el hecho que sepan lo mío, a mi no me importa, a no ser que me metan una cámara en mi cuarto de baño”.

El problema que nunca acaba de resolver este individualismo es que te sigues encontrando con gente. La magia de Internet hace todo lo necesario para que tengamos la comida en casa, “lo que me sorprende es que se pueda coger una pantalla, puedas coger cositas, y al cabo de unos días, me traigan las cosas a casa. Eso es lo sorprendente” pero Internet nunca nos avisa que la traerán trabajadores en precario. “Pero últimamente hay muchos inmigrantes, con lo cual me temo lo peor... me temo lo peor quiere decir que seguramente es gente que está sin contrato, explotada, porque claro, es un trabajo muy duro... Y entonces claro, meten a estas personas y les deben de pagar cuatro duros y los deben de someter a un trabajo infame”. “A ver, una cosa que me jode mucho es que a veces viene gente muy mayor, o sea, muy mayor de, como, claro, y sobre todo y según que barrios tendrían que pensar un poco en \*\*\* lo más normal es que no haya ascensores, y si te piden desde un ático la comida, pues no hay ascensores y pues la comida sí, esto es una cosa que una persona de 60 años yo creo que no debería hacerlo”.

Coexiste pues la comodidad con el esfuerzo ajeno; como la constatación de aquella vieja maldición que rezaba que comeremos el pan con el sudor de la frente y, bueno, al final resulta que lo hacemos con el sudor del de enfrente. “claro, si tengo que cargar con cuatrocientos mil bolsas pues, eh, no, pues si me lo traen a casa mejor... pues venían de la tienda, esto, y yo creo que al principio ellos eran de la tienda... y aquello que, claro, ya sabes que vas a un 5º piso [sin ascensor] y cuando llegan y encima se ve, eh, que siempre me pasaba, que me decían, a ver, no, hostia, como que ya te vale, y decías, ¡hostia!, yo estoy pagando un servicio, yo no tengo la culpa de esto, justamente porque vivo en un 5º, también, y claro, es esto”. “porque pobres, subir los pisos con las bolsas por mí... vagancia, no sé... Claro, y les doy una buena propina, en realidad, cada vez que compro, me cuesta más dinero de lo que vale realmente, porque les doy pasta, imagino que para limpiarme la conciencia, igual les doy mil pelotas de propina, o así, cada vez que la traen... claro que me lo planteo”

Difícil decidir si las contradicciones son un producto de la sociedad o de subjetividades individuales, pero están allí, y si no, se nos aparecen en algún lugar de la misma cotidianidad: “pero es que no puedo hacer este análisis en solitario, porque en éstas cosas es como en todo. También compro en FNAC un montón de libros y soy socio. Y también igual, me viene alguien a limpiar la casa... que ya lo sé, pero soy así de contradictorio.” *“por ejemplo, el sistema de reparto, que es un sistema, a ver la lo mejor me voy a pasar un poco pero es igual, que es casi esclavista, es decir, que tengas tu a tu servicio personas que utilicen su cuerpo para hacer unos esfuerzo, eh, brutales, y subirte a ti la comida, yo reconozco que, a mi eso me crea muchos problemas ideológicos...el hecho de que me traigan la comida a casa, etc. Y supongo que no le quiero, lo he pensado muchas veces, pero no lo quiero pensar mas y no le quiero da mas vueltas y utilizo las frases de los reaccionarios, que es no enfrenarme mas a, a esa situación, pero es una cosa que me, incomoda terriblemente, terriblemente”.*

## Hacia la reflexión de unas prácticas de lo económico...

El tema económico, frecuentemente, suele llevar a un extremo: o se nos quiere seducir con las promesas de una vida abundante o se nos sacude ante el horror de una situación tan cruenta, que uno termina preguntándose cómo es que la toleramos. Por ahora, sólo querríamos indicar algunas reflexiones y apuntar hacia posibles líneas de investigación.

En el contexto de la virtualización de la sociedad, la economía expresa bien la naturaleza del acontecimiento, como forma de ser de la realidad. Es lo que hemos querido expresar con las nociones de dinero, trabajo y consumo vistas desde la perspectiva de la virtualización. Incluso, la economía es un ámbito donde convergen otros procesos virtuales que han constituido la sociedad, como la técnica o el contrato, que virtualizan la acción y la violencia respectivamente (Lévy, 1998).

A lo largo de nuestra indagación nos hemos venido preguntando cómo opera la afectividad, dado que una y otra vez nos parece percibir sus huellas, sus trazos. Alguno de nosotros considera que es la clave del proceso en el sentido de que la afectividad se objetiva como técnica y objeto en la economía<sup>4</sup>. En general, coincidimos en que el poder es una dimensión que se tiene que discutir con

---

<sup>4</sup> La virtud de la perspectiva del acontecimiento es que nos permite articular cierta teorización sobre la afectividad. En el caso de la economía las prácticas de intercambio (dinero, consumo, trabajo) constituyen lo económico y son un proceso virtual. Entonces, en determinadas condiciones sociales, se genera una problematización que hace posible buscar e inventar nuevas prácticas de tipo económico. Poniéndolo en la orientación teórica de Lévy, la economía requiere de contratos y técnicas que virtualizan acciones y relaciones de fuerza con una significación precisamente económica. ¿En qué consiste esa significación económica?, es decir, ¿cómo es que lo utilitario o lo funcional de las prácticas económicas se constituye como algo con significados intensos, con formas que tienen intensidad, con características de potencialidad aglutinadora en lo social? Es una pregunta que indaga por la afectividad en el proceso de virtualización de la economía. Los hilos que hemos elegido como configuradores del proceso económico (dinero, trabajo, consumo) pueden comprenderse como formas afectivas objetivadas y a la vez constituidas en tecnologías. Veamos un ejemplo: el dinero, como lo hemos señalado, tiene esa dimensión doble de lo material y lo inmaterial, precisamente porque virtualiza relaciones sociales previamente constituidas. Así, el contrato social de John Locke postula una forma de sociedad donde la civilización se define por el sujeto propietario, pero con relación a otro que no es sujeto ni propietario, y precisamente Locke justifica la conquista de los pueblos aborígenes por el hecho de que no tienen ni usan moneda. He aquí un claro ejemplo de la virtualización de la violencia, donde unas determinadas relaciones de fuerza de dominio y control, es decir relaciones bajo una lógica de guerra (como lo postula Foucault, 1977) se ponen en práctica. Es esta la manera como la moneda se objetiva en una forma de sociedad, la sociedad de la propiedad privada (o la dictadura de la propiedad, como la llaman Duchrow & Hinkelammert, 2003) y que se expresa en unas condiciones de practicidad, gracias al “hallazgo” de que la moneda resuelve muchas dificultades relacionadas con el comercio a distancia (Es interesante notar que, precisamente, la sociedad moderna, la sociedad del contrato social, se fundamenta en regulaciones de moneda, como la manera de garantizar el sistema económico y como la manera de maximizar la riqueza. Las grandes crisis económicas, por ello, se suelen definir como crisis en el sistema de valor de la moneda. Todas las previsiones económico-

mayor cuidado, sea porque nos parece que está algo soslayado en la visión de Lévy o también sea porque es una dimensión que se relaciona con la potenciación de posibilidades novedosas para cambiar la sociedad.

Hemos intentado escuchar la diversidad de voces en las conversaciones sobre una práctica concreta (comprar comida por Internet). Nos ha sorprendido mirar la fuerza de la practicidad y la resistencia. Pero también nos llama la atención las formas en que la contradicción se instala en este mundo de las TIC's y el trabajo esclavizado, entre la criticidad del pensamiento y la comodidad de formas de hacer, que parecen necesarias en la vida práctica. Por ahora, querríamos solamente indicar algunas preguntas para la discusión en este simposium:

- Pese a toda la movilidad que representa este tipo de tecnologías, parece que encontramos un hombre sedentario, plantado, enraizado, ubicado en el ahí, ya no más andariego, migrante. Ahora hogareño, quiere trabajar, mercar y viajar y...y... y... desde el hogar. ¿Dónde queda el animal errante, nómada? ¿Somos seres del estar ahí? Parece ser que la vida *on-line*, al aniquilar las distancias geográficas, invita e incita a permanecer, a trabajar-vivir en casa.
- En la discusión sobre la sociedad de las TIC's como generadoras de una socialidad nueva, extitucional, nos parece que es importante seguir discutiendo la cuestión de la construcción de identidades: ¿se constituyen nuevas formas de socialidad? ¿se generan procesos de control e incluso de gobernabilidad en el sentido que Foucault precisa? Nos ha parecido en ésta investigación que la practicidad de la compra de comida por Internet hace posible que se invisibilicen dimensiones críticas. En todo caso, sigue abierta la cuestión sobre la forma como se constituye lo social en éstas prácticas económicas.
- ¿Estaríamos ante un caso de un exhibicionismo colectivo, donde no parece importante mostrarse, donde los actos privados son cada vez son más escasos y no parecen tener importancia, o será acaso mejor, que nuestra sociedad en un acto de solidaridad con el sistema, ha decidido darle, ofrecerle y donarle información, alimentar al sistema?
- ¿Yo me pregunto si se puede hacer otra economía? (Y ¿quién es este "yo"?)

## Referencias

---

Ast, Federico, *Valor y unidad de las funciones del dinero*.  
<http://www.monografias.com/trabajos16/marx-y-dinero/marx-y-dinero.shtml>

---

políticas de quienes detentan el poder se orientan a dicha regulación, nunca al replanteamiento del orden social.). Claro, este hallazgo se configura a su vez, en la lógica de un contrato que ha cristalizado unas relaciones de dominación determinadas, que ha hecho de la guerra un orden social dado. Es decir, como una actualización en forma de pacto social. Y ¿por qué decir que esto es afectivo? Porque, en primer lugar, es una forma social, es decir responde a una estética, a un orden, que se configura míticamente, es decir como un orden emergente que tiene significados intensos (Pablo Fernández Christlieb, 2004). Es afectivo, también, porque tiene un potencial creativo que tiene posibilidades de duración y, por tanto, de fijación en términos pragmáticos, pero al mismo tiempo mantiene una movilidad que orienta y recoge significados intensos de la emergencia original. Es, finalmente, un afecto, porque la tecnología es un procedimiento práctico que lleva las huellas de un deseo, del anhelo por algo que no se tiene pero hacia lo cual ya se está avanzando, es por eso que las prácticas económicas tienen frecuentemente un sustrato pedagógico y moral. En otras palabras, la afectividad en el dinero como objeto virtual se expresa en procedimientos fijados a la cotidianidad y orientados a un movimiento de sentido. Es un afecto lo que se objetiva siempre como práctica económica, un afecto toma la forma de una tecnología, es decir de un proceso creativo-repetitivo en la economía, y juega su potencial simbólico en el espacio de las normas-de-la-casa (economía), es decir en el ámbito de la sedentarización.

---

- Bauman, Zygmunt (1998). *La Globalización : Consecuencias Humanas*. Fondo de Cultura Económica, México, 2003.
- Berger, P. y Luckmann, T. (1968), *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Doménech, M. y Tirado, F. (2002), Lo virtual y lo social, *Athenea Digital. Revista de pensamiento e investigación social*, num. 1, <http://antalya.uab.es/athenea/indice/index.html>
- Duchrow, U. y Hinkelammert, F.J. (2004), *Property for People, not for Profit. Alternatives to the global tyranny of capital*, London: Zed Books.
- Galvez A. y Tirado, F. (2004) El poder como *prehensión*. Superficies de ensamblaje y producción de individuos.
- Hard, M y Negri, A. (2000), *Imperio*, Harvard University Press, Cambridge, Massachussets.
- Feliu, J. (2004), “De la sociedad del consumo al consumo en persona. Bases psicosociales del consumo”, en Gil, A. y Feliu, J. (coords), *Psicología económica y del comportamiento del consumidor*, Barcelona: EDIUOC.
- Fernández Christlieb, P. (1999), *La afectividad colectiva*, México: Taurus.
- (2004), *La sociedad mental*, Barcelona: Anthropos.
- Foucault, M. (1992), *Genealogía del racismo. De la guerra de las razas al racismo de Estado*, Madrid, La Piqueta.
- Knorr – Cetina, K. y Bruegger, U. (2000), “The Market as Object of Attachment: Exploring Possocial Relations in Financial Markets”, en *Canadian Journal of Sociology*, 25, 2: 141 – 168.
- Law, Jhon y Annemarie, Mol (1995). “Notes on Materiality and Sociality” *The Sociological Review*, Vol 43, no. 2.
- Lévy, Pierre (1995), *¿Qué es lo Virtual?* Barcelona: Paidós, 1998.
- Negri, A. (2002), “Por una definición ontológica de multitud”, en *Multitudes*, París: Exilis. Traductor: Víctor Manuel Moncayo.
- Negri, A. (2004), *Guías. Cinco lecciones en torno a Imperio*, Barcelona: Paidós.
- Serres, Michele, (1995), *Atlas*. Madrid. Cátedra
- Serres, Michele (1991). *El Contrato Natural*, Valencia: Pre – textos.